E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867

Halaman 396-404
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2026

Pengaruh Payment Gateway dan Perceived Service Quality Terhadap Pembelian Ulang Produk UMKM Kuliner

Doni Nazahendra[1], Hendry Kurniawan[2], Devi Novianti[3]

[1,2,3]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian
e-mail: dononazahendra@gmail.com[1], hendrykurniawan@upp.ac.id[2], devinovianti872@gmail.com[3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh payment gateway dan perceived service quality terhadap pembelian ulang produk pada UMKM kuliner Pondok Keluarga di Kecamatan Rambah Hilir, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 322 responden dari populasi 1.619 transaksi, yang dipilih melalui teknik purposive sampling dengan kriteria minimal dua kali transaksi dan pernah menggunakan aplikasi DANA. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program JASP versi 0.97.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, payment gateway (Sig. 0,031) dan perceived service quality (Sig. < 0,001) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan (Sig. < 0,001) dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,604, yang berarti kedua variabel mampu menjelaskan 60,4% variasi pembelian ulang, sedangkan sisanya 39,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa perceived service quality merupakan faktor dominan, sehingga UMKM direkomendasikan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan di samping mempertahankan stabilitas sistem pembayaran digital guna memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Payment Gateway, Perceived Service Quality, Pembelian Ulang, UMKM.*

Abstract

This study aims to analyze the influence of payment gateways and perceived service quality on product repurchase at the culinary MSME “Pondok Keluarga” in Rambah Hilir District, both partially and simultaneously. Employing an associative quantitative approach, the study sampled 322 respondents from a population of 1,619 transactions using purposive sampling (criteria: at least two transactions and prior use of the DANA application). Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with JASP software version 0.97.1. The results indicate that, individually, payment gateways (Sig. 0.031) and perceived service quality (Sig. < 0.001) have a positive and significant effect on repurchase. Simultaneously, both variables exert a significant influence (Sig. < 0.001), with an Adjusted R^2 value of 0.604, meaning the two variables explain 60.4% of the variation in repurchase, while the remaining 39.6% is influenced by other factors outside the research model. The study's implications highlight

that perceived service quality is the dominant factor; therefore, the MSME is recommended to prioritize service quality improvements alongside maintaining digital payment system stability to strengthen customer loyalty.

Keywords: Payment Gateway, Perceived Service Quality, Repurchase, MSME.

LATAR BELAKANG

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan tren ekspansif dengan menyentuh angka 66 juta unit pada tahun 2023, atau mengalami eskalasi sebesar 1,52% dibandingkan periode sebelumnya. Peran strategis UMKM ini terlihat jelas dari sumbangsihnya terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional yang mencapai 61% atau bernilai sekitar Rp9.580 triliun, serta menjadi tulang punggung penyerapan tenaga kerja dengan merangkul sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total angkatan kerja di Indonesia.

Tantangan UMKM di era digital saat ini tidak lagi hanya sebatas pada produksi dan distribusi, tetapi juga pada transformasi digital, khususnya dalam hal pemasaran dan sistem transaksi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan inovasi baru di bidang keuangan yang dikenal sebagai financial technology (fintech). Payment gateway merupakan salah satu jenis fintech yang mencatatkan akselerasi pertumbuhan sangat signifikan. Menurut Pangestu dan Rita (2022), payment gateway merupakan sistem yang berfungsi sebagai perantara dalam proses transaksi online antara konsumen dan pelaku usaha, dengan memastikan keamanan serta kemudahan proses pembayaran secara digital. Menurut Handayani et al. (2022), penggunaan payment gateway dapat meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen karena adanya jaminan keamanan data.

Meskipun demikian, tidak semua pelaku UMKM di Indonesia mampu memanfaatkan peluang digital tersebut secara optimal. Menurut Fatman et al. (2023), rendahnya tingkat adopsi sistem pembayaran digital di kalangan UMKM disebabkan oleh kurangnya pemahaman teknologi dan minimnya kepercayaan terhadap sistem pembayaran daring. Selain kemudahan transaksi, kualitas pelayanan (perceived service quality) juga memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pembelian konsumen. Perceived service quality adalah hasil dari evaluasi pelanggan atas kesesuaian antara harapan dan realitas pelayanan yang diterima. Safira et al. (2025) mendefinisikan kualitas layanan sebagai standar keunggulan yang ditargetkan beserta kontrol atas keunggulan itu demi mengakomodasi ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan; menurut Kotler dan Keller (2019), pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali membeli produk atau jasa yang sama, tetapi juga akan merekomendasikannya kepada orang lain, yang dikenal sebagai perilaku pembelian ulang (repeat purchase).

Perkembangan yang terjadi di Kecamatan Rambah Hilir menunjukkan bahwa digitalisasi usaha, khususnya di sektor UMKM, masih berada pada tahap awal. Salah satu UMKM yang mulai menerapkan sistem pembayaran digital melalui aplikasi DANA

adalah usaha kuliner Pondok Keluarga. UMKM Pondok Keluarga mencatat peningkatan transaksi pembayaran non-tunai melalui aplikasi DANA selama periode 2022–2025, dari 312 transaksi pada tahun 2022 menjadi 513 transaksi pada tahun 2025 (total 1.619 transaksi), yang menunjukkan pergeseran perilaku konsumen dari pembayaran tunai ke non-tunai yang dinilai lebih praktis, cepat, dan aman.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap sepuluh konsumen, sebanyak tujuh orang (70%) memilih menggunakan metode non-tunai, sedangkan tiga orang (30%) masih menggunakan pembayaran tunai. Selain faktor sistem pembayaran, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan juga menjadi perhatian penting bagi Pondok Keluarga, seperti kebersihan tempat makan, kecepatan penyajian makanan, dan keramahan karyawan sebagai faktor penentu dalam keputusan untuk kembali berkunjung. Kondisi tersebut menjadi dasar penting bagi penelitian ini untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh penggunaan payment gateway dan perceived service quality terhadap pembelian ulang konsumen pada usaha kuliner Pondok Keluarga di Kecamatan Rambah Hilir.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM kuliner Pondok Keluarga yang berlokasi di Kecamatan Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan serta pengaruh antara variabel independen (payment gateway dan perceived service quality) terhadap variabel dependen (pembelian ulang).

Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen yang tercatat melakukan transaksi di UMKM Pondok Keluarga, baik melalui pembayaran tunai maupun non-tunai via aplikasi DANA, dengan akumulasi sebanyak 1.619 transaksi. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5%, sehingga diperoleh 321 responden yang dibulatkan menjadi 322 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) konsumen yang minimal pernah melakukan transaksi di Pondok Keluarga sebanyak dua kali, dan (2) konsumen yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–4 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju), serta data sekunder dari studi literatur dan dokumen resmi terkait UMKM dan adopsi payment gateway. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner. Variabel Payment Gateway (X1) diukur menggunakan indikator kelancaran, keamanan, dan kemudahan bertransaksi (Pangestu & Rita, 2022). Variabel Perceived Service Quality (X2) diukur menggunakan indikator komitmen membantu menyelesaikan masalah konsumen, memberikan pelayanan yang tepat, dan memberikan pelayanan yang cepat (Artatio et al., 2015). Variabel Pembelian Ulang (Y) diukur menggunakan indikator kepuasan secara keseluruhan, kesenangan berbelanja, kesesuaian layanan dengan harapan, dan keputusan pembelian yang tepat (Alamsyah, 2018).

Analisis data dilakukan dengan bantuan program JASP versi 0.97.1 for Windows, meliputi uji validitas (korelasi item-total, ambang batas 0,30) dan reliabilitas (Cronbach's

Alpha, ambang batas 0,70), uji asumsi klasik (normalitas melalui histogram dan Q-Q plot residual, multikolinearitas melalui nilai Tolerance dan VIF, serta heteroskedastisitas melalui scatterplot residual), analisis regresi linear berganda dengan model Y = a + b1X1 + b2X2 + e, serta pengujian hipotesis melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2) pada tingkat signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah UMKM kuliner Pondok Keluarga yang berlokasi di Kecamatan Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, yang telah menerapkan sistem pembayaran digital melalui aplikasi DANA sejak tahun 2022 di samping tetap melayani pembayaran tunai. Responden penelitian berjumlah 322 konsumen yang telah melakukan pembelian ulang dan menggunakan transaksi digital melalui aplikasi DANA. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki (177 orang atau 55,0%), sedangkan responden perempuan berjumlah 145 orang (45,0%). Berdasarkan usia, kelompok usia 20–24 tahun mendominasi dengan 182 responden (56,5%), diikuti kelompok usia 25–29 tahun (66 orang atau 20,5%). Sebanyak 91,6% responden telah bertransaksi di Pondok Keluarga minimal dua kali, dan 97,5% responden telah menggunakan aplikasi DANA.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Payment Gateway (X1)	0,897	Reliabel
Perceived Service Quality (X2)	0,828	Reliabel
Pembelian Ulang (Y)	0,841	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2026

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memiliki nilai korelasi item-total di atas ambang batas minimum 0,30 dengan signifikansi < 0,001, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 1 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 untuk seluruh variabel, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal (histogram membentuk kurva lonceng dan sebaran titik pada Q-Q plot mengikuti garis diagonal), tidak terjadi multikolinearitas (nilai Tolerance sebesar 0,774 > 0,10 dan VIF sebesar 1,291 < 10 untuk kedua variabel independen), serta tidak terjadi heteroskedastisitas (titik-titik residual tersebar acak tanpa pola tertentu pada scatterplot), sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.
(Constant)	2,677	5,635	< 0,001

Payment Gateway (X1)	0,089	2,164	0,031
Perceived Service Quality (X2)	0,980	18,382	< 0,001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2026. Variabel dependen: Pembelian Ulang

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi Y = 2,677 + 0,089X1 + 0,980X2. Nilai konstanta sebesar 2,677 menunjukkan bahwa apabila Payment Gateway dan Perceived Service Quality bernilai nol, maka Pembelian Ulang bernilai 2,677. Koefisien regresi X1 sebesar 0,089 (positif) menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Payment Gateway akan meningkatkan Pembelian Ulang sebesar 0,089 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi X2 sebesar 0,980 (positif) menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Perceived Service Quality akan meningkatkan Pembelian Ulang sebesar 0,980 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	987,6	2	493,8	245,5	< 0,001
Residual	641,6	319	2,011		
Total	1629	321			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2026

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,775	0,606	0,604	1,418

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2026

Hasil uji F pada Tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi < 0,001 (< 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Payment Gateway dan Perceived Service Quality secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang, sehingga H3 diterima. Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,604, yang berarti kombinasi variabel Payment Gateway dan Perceived Service Quality mampu menjelaskan 60,4% variasi Pembelian Ulang, sedangkan sisanya sebesar 39,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pengaruh Payment Gateway terhadap Pembelian Ulang

Hasil uji t menunjukkan variabel Payment Gateway memiliki nilai signifikansi 0,031 (< 0,05), sehingga H1 diterima. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik penerapan payment gateway pada UMKM Pondok Keluarga, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Secara

teoretis, payment gateway merupakan sistem pembayaran elektronik yang berfungsi memfasilitasi proses transaksi secara cepat, aman, dan efisien. Menurut Siahaan dan Sianturi (2024), payment gateway mampu mempermudah aktivitas jual beli serta mempercepat proses transaksi antara penjual dan pembeli. Temuan ini didukung oleh kondisi lapangan, di mana hanya sekitar 20% responden yang menyatakan pernah mengalami kendala saat menggunakan payment gateway, sedangkan 80% responden menyatakan tidak mengalami kendala dalam proses pembayaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Jogja dan Widowati (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan pembelian ulang.

Pengaruh Perceived Service Quality terhadap Pembelian Ulang

Hasil uji t menunjukkan variabel Perceived Service Quality memiliki nilai signifikansi < 0,001 (< 0,05) dengan koefisien regresi sebesar 0,980, sehingga H2 diterima. Temuan ini menegaskan bahwa semakin optimal kualitas layanan yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula dorongan mereka untuk bertransaksi kembali di Pondok Keluarga. Hal ini sejalan dengan landasan teoretis yang menyatakan bahwa perceived service quality merupakan bentuk evaluasi subjektif konsumen terhadap sejauh mana performa layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi awal mereka. Pada observasi awal diketahui bahwa masalah yang paling banyak dikeluhkan konsumen justru berkaitan dengan pelayanan, di mana 40% responden menyatakan layanan purna jual masih kurang optimal dan 30% responden menilai kecepatan pelayanan belum konsisten. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Wiryana dan Erdiansyah (2020) yang menyatakan bahwa pembelian ulang terbentuk dari kepuasan pelanggan setelah merasakan nilai dan kualitas layanan yang baik, serta konsisten dengan penelitian Pranoto et al. (2023) dan Achra et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa service quality berpengaruh positif terhadap repurchase intention. Besarnya nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa perceived service quality merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi pembelian ulang pada Pondok Keluarga.

Pengaruh Payment Gateway dan Perceived Service Quality terhadap Pembelian Ulang

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 245,5 dengan tingkat signifikansi < 0,001, yang berarti Payment Gateway dan Perceived Service Quality secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang, sehingga H3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Pondok Keluarga tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara kemudahan transaksi dan kualitas pelayanan yang diterima. Meskipun secara parsial payment gateway memiliki pengaruh yang lebih kecil, keberadaannya tetap menjadi bagian penting dari pengalaman transaksi yang dirasakan konsumen. Temuan ini sesuai dengan penelitian Wilujeng dan Sulasari (2025) yang menyatakan bahwa kombinasi layanan berkualitas dan sistem pembayaran digital mampu meningkatkan kepuasan

pelanggan, serta penelitian Jogja dan Widowati (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan pembelian ulang konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Payment Gateway dan Perceived Service Quality terhadap Pembelian Ulang produk pada UMKM kuliner Pondok Keluarga di Kecamatan Rambah Hilir, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, Payment Gateway berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (t = 2,164; Sig. 0,031), dan Perceived Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (t = 18,382; Sig. < 0,001). Secara simultan, Payment Gateway dan Perceived Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang (F = 245,5; Sig. < 0,001), dengan kemampuan menjelaskan sebesar 60,4% variasi Pembelian Ulang.

Pihak manajemen UMKM Pondok Keluarga disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mengingat variabel Perceived Service Quality terbukti memberikan pengaruh paling besar terhadap pembelian ulang. Selain itu, manajemen juga disarankan mempertahankan dan mengoptimalkan penggunaan Payment Gateway dengan memastikan sistem pembayaran digital tetap mudah, cepat, aman, dan lancar, sehingga dapat terus mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi pembelian ulang, seperti kepercayaan konsumen (trust) dan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) sebagai variabel mediasi, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, R. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online.

Artatio, I. J., Handoko, C., Kartika, W., Perhotelan, M., & Petra, K. (2015). Analisis Pengaruh Perceived Organizational Support Terhadap Employee Perceived Service Quality Dan Affective Commitment Sebagai Variabel Mediasi Di Hachi-Hachi Bistro Surabaya.

Fatman, Y., Khoirun Nafisah, N., & Bendoro Jembar Pambudi, P. (2023). Implementasi Payment Gateway dengan Menggunakan Midtrans pada Website UMKM Geberco. Jurnal KomtekInfo, 64–72.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J., Joseph, F., & Tomas, G. (2010). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R.

Hari Mantik. (2023). Penerapan Payment Gateway Sebagai Jembatan Transaksi Yang Aman Di Era Digital. Studi Kasus Pt Abc. Jurnal Sistem Informasi.

Hermawan, D., Novita Anwar, A., & Pasir Pengaraian, U. (2025). Pengaruh Penggunaan Payment Gateway Terhadap Profitabilitas Umkm Kuliner Di Pasir Pengaraian. Integrative Perspectives of Social and Science Journal, 2(1), 1305.

Jogja, M., & Widowati, R. (2023). Pengaruh Persepsi Website Design Quality dan E-Service Quality terhadap E-Trust dan Repurchase Intention di Shopee. Journal of Ecotourism and Rural Planning.

Kartikasari, K., & Oentario, Y. (2024). Pengaruh Perceived Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention pada Scoot Airlines. Jurnal Manajemen Perhotelan, 10(1), 55–66.

Kotler, & Keller. (2019). Marketing Management.

Leksono Putri Handayani, N., Fitrijanti Soeparan, P., Pratama Kendal Jl Raya Utama Timur No, P., & Kendal, K. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. Jurnal Mahasiswa, 4(3).

Lestari, F. A. P. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sosio E-Kons, 10.

Lumoindong, B. Y., Mangindaan, J., & Mukuan, D. S. (2023). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. 4(4).

Manurung, M. E., Harisandi, P., & Yahya, A. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Kepuasan Pengguna Qris Bagi Pelaku Usaha Umkm Kab. Bekasi. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 5(2), 106–117.

Maslaka, K., Evanthi, A., Veteran, U., & Timur, J. (2024). Implementasi Sistem Pembayaran Digital Bagi Umkm Pada Bazar Ragam Rasa Di Kota Lama Surabaya. Community Development Journal, 5(6).

Monica Putri, R., Zulkarnain, & Samsir. (2024). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyality Konsumen Gen Z Pada E-Commerce Tokopedia. Jurnal Manajemen Dayasaing, 26(1).

Osama Achra, M., Budi Santosa, S., & Hadyu Hasanatina, F. (2024). Product Quality, Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Indihome Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediasi. Diponegoro Journal Of Management, 13(1).

Pangestu, R., & Rio Rita, M. (2022). Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop Di Kota Salatiga. Jurnal EBBANK, 12(1), 17–26.

Pranoto, H., Soetedja, V., Paramitha, T. M., & Wibowo, A. (2023). Service Quality Influence on Repurchase Intention, Through Customer Satisfaction Mediation: Indonesia Music Studio Perspective. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen.

Rosul, C. S. (2019). Hubungan Hukum Penyelenggara Payment Gateway dan Konsumen dalam Sistem Pembayaran Elektronik.

Safira, M., Indriany, Y., Sintesa, N., & Hidayat, A. C. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Slan Pizza Depok. Journal Of Social Science Research, 5.

Siahaan, R. A., & Sianturi, R. A. (2024). Analisis Perbandingan Payment Gateway untuk Sistem Pembayaran Berbasis Aplikasi dengan Comparative Study. Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 11(2), 291–296.

Siahainenia, S., Siahainenia, A., Kunci, K., Produk, K., & Beli Ulang, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada UMKM Desa Galala di Kota Ambon. Jurnal Pendidikan Tambusai.

Sinaga, A. P., Jannah, M., Raafigustina, A., Sitompul, S., & Lusa, S. (2025). Efektifitas Penggunaan Mobile Payment Qris dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Kuliner (Studi UMKM Suryakencana Bogor). Indonesian Impression Journal (JII), 4(9).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Suryawirawan, O. A. (2020). Perceived Service Quality Dan Intention Mahasiswa Di Surabaya: Studi Empiris Pada Aplikasi Mobile Dengan Layanan Freemium. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 11.

Tenda, T., Lapian, J., & Loindong. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Sonder. Jurnal EMBA, 7(4), 4988–4997.

Tyas, K. C., & Susanto, E. R. (2024). Analytical Hierarchy Process Untuk Pemilihan Payment Gateway Pada E-Commerce. Jurnal Fasilkom, 14.

Yusanida Wiryana, N., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis E-Commerce. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 4.